

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG  
DIMEDIASI OLEH *BRAND IMAGE***  
(Studi Empiris pada Konsumen Wardah Beauty di Solo Raya)



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

**Hasna Albana Awangrif**

**B 100170091**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**



### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Soepatini S.E., M.Si., Ph.D.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Loyalitas  
Konsumen yang Dimediasi Oleh *Brand Image* (Studi Empiris pada  
Konsumen Wardah Beauty di SOLO RAYA)**

Oleh:

**Hasna Albana Awangrif**

**B 100170091**

Penanda tangan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
untuk diterima.

Surakarta, 23 Juni 2021

Pembimbing,

**(Soepatini S.E., M.Si., Ph.D)**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND IMAGE***

**(Studi Empiris pada Konsumen Wardah Beauty di Solo Raya)**

**Oleh:**

**HASNA ALBANA AWANGRIE**

**B 100170091**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**




**Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Pada hari Senin, 28 Juni 2021**

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

1. Imronudin, S.E., M.Si., P.hD  
( Ketua Dewan Penguji )
2. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D  
( Anggota I Dewan Penguji )
3. Ir. Irmawati, S.E., M.Si.  
( Anggota II Dewan Penguji )

(  )  
(  )  
(  )

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

  
**Dr. Wamsudin, MM**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **HASNA ALBANA AWANGRIF**

NIM : **B 100170091**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND IMAGE* (STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN WARDAH BEAUTY DI SOLO RAYA)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan- ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 23 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

**( HASNA ALBANA AWANGRIF)**

## MOTTO

*“So verily, with the hardship, there is relief. Verily, with the  
hardship, there is a relief”*

*(QS. Al-Insyirah : 5-6)*

*“Don’t tell people your plans. Show them results.”*

*(Unknown)*

*“kalau capek, istirahat. Masih ada besok”*

*(Penulis)*

*“Do the best. God the rest”*

*(Penulis)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini, maka kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orangtua tercinta, Alm. Yulis Awang Puncak dan Ibu Etik Triwidayati yang senantiasa merawat, mendidik, dan menyayangiku. Terimakasih atas segala doa dan dukungan yang selalu menyertai di setiap langkahku.
2. Kedua adikku, Hanin Al Anan Awangrif dan Hasasa Al Haya Awangrif yang selalu mendoakan dan mendukungku.
3. Seluruh keluarga besar dan saudara-saudara yang selalu memberikan doa, dukungan, dan nasihat untuk kesuksesanku.
4. Sahabat dan teman-temanku tercinta. Terimakasih karena telah mendengarkan keluh kesahku dan selalu mendukungku.
5. Teman-teman kelas B dan C Manajemen FEB UMS 2017, terimakasih telah menjadi bagian hidupku untuk 4 tahun lamanya, sampai jumpa di kesuksesan berikutnya.

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah swt. karena berkat rahmat dan karuniah-Nyalah yang telah dilimpahkan kepada penulis baik itu nikmat kesehatan, kesabaran, kekuatan serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND IMAGE* (STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN *WARDAH BEAUTY* DI SOLO RAYA)”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Selama penyusunan skripsi tidak terlepas dari adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materiil. Karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Soepatini, S.E., M.si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah memberikan motivasi serta mencurahkan waktu, pikiran dan tenaga dalam memberikan pengetahuan, bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta dan Penguji Skripsi yang telah memberi bekal pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat.
7. Kedua orang tua tercinta, Alm. Yulis Awang Puncak dan Ibu Etik Triwidayati, serta adik-adikku Hanin Al Anan Awangrif dan Hasasa Al Haya Awangrif yang selalu mendoakan dan mendukungku baik secara materiil dan moril.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Juni 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Peneltian.....	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Perumusan Hipotesis .....	22

D. Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Jenis Penelitian .....	27
B. Data dan Sumber Data .....	27
C. Populasi dan Sampel .....	27
D. Teknik Pengumpulan Data .....	30
E. Skala Pengukuran .....	30
F. Definisi Operasional Variabel .....	31
G. Analisa Data .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	41
B. Deskripsi Responden .....	43
C. Deskripsi Jawaban Responden .....	49
D. Analisa Data .....	53
E. Pembahasan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Keterbatasan Masalah.....	73
C. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 – Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 4.2 – Karakteristik Usia Responden.....	45
Tabel 4.3 – Karakteristik Profesi Responden.....	46
Tabel 4.4 – Deskripsi Produk Wardah yang Digunakan Responden .....	47
Tabel 4.5 – Karakteristik Pengetahuan Program CSR Wardah .....	48
Tabel 4.6 – Jawaban Responden Variabel CSR.....	49
Tabel 4.7 – Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> .....	50
Tabel 4.8 – Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen .....	51
Tabel 4.9 – Nilai <i>Outer Loading</i> .....	55
Tabel 4.10 – Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	56
Tabel 4.11 – Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	57
Tabel 4.12 – Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	58
Tabel 4.13 – Nilai <i>R-Square</i> .....	60
Tabel 4.14 – Nilai <i>Path Coefficient</i> .....	62
Tabel 4.15 – Hasil Pengujian Tidak Langsung .....	64
Tabel 4.16 – Pengaruh Total Hubungan.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 – Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1 – <i>Outer Model</i> .....	53
Gambar 4.2 – <i>Inner Model</i> .....	54

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas konsumen dengan *brand image* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner ditujukan kepada konsumen Wardah Beauty di Solo Raya dengan jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) melalui *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *brand image* dan loyalitas konsumen. *Brand Image* juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Serta variabel *brand image* terbukti mampu memediasi pengaruh CSR terhadap loyalitas konsumen secara signifikan.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Brand Image*, dan Loyalitas Konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyse the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) toward the customer loyalty, mediated by brand image. This study uses a quantitative approach. The sample in this study was collected by using non-probability sampling method with purposive sampling technique. The distribution of questionnaires was addressed to customer of Wardah Beauty in Solo Raya with the number of samples used were 100 respondents. The data obtained was analyzed by using PLS analysis technique (Partial Least Square) through SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicated that Corporate Social Responsibility (CSR) had a positive and significant impact on the brand image and the customer loyalty. Brand Image also had a positive and significant impact on the customer loyalty. The variabel of brand image was proved to be able to mediate the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on customer loyalty significantly.*

**Keywords:** Corporate Social Responsibility (CSR), Brand Image, and Customer Loyalty.